

УДК 33

Танашева Е.А., студентка,

4 курс, специальность «Менеджмент»

Северного (Арктического) Федерального университета

им. М.В. Ломоносова

Россия, г. Архангельск

БИЗНЕС-ПЛАН ПРЕДПРИЯТИЯ: ПОНЯТИЕ И СТРУКТУРА

Аннотация: В данной статье рассмотрено понятие бизнес-плана, его рекомендованная структура.

Ключевые слова: бизнес, план, организация, управление, структура, этапы.

Tanasheva E.A., student,

4 course, specialty «Management»

Northern (Arctic) Federal University named after M.V. Lomonosov

Russia, Arkhangelsk

BUSINESS PLAN OF THE ENTERPRISE: CONCEPT AND STRUCTURE

Annotation: This article describes the concept of a business plan, its recommended structure.

Key words: business, plan, organization, management, structure, stages.

Бизнес-план – краткое и точное описание предполагаемого проекта, позволяющий выбрать наиболее перспективные решения и определить способы для их достижения (рисунок 1) [1].

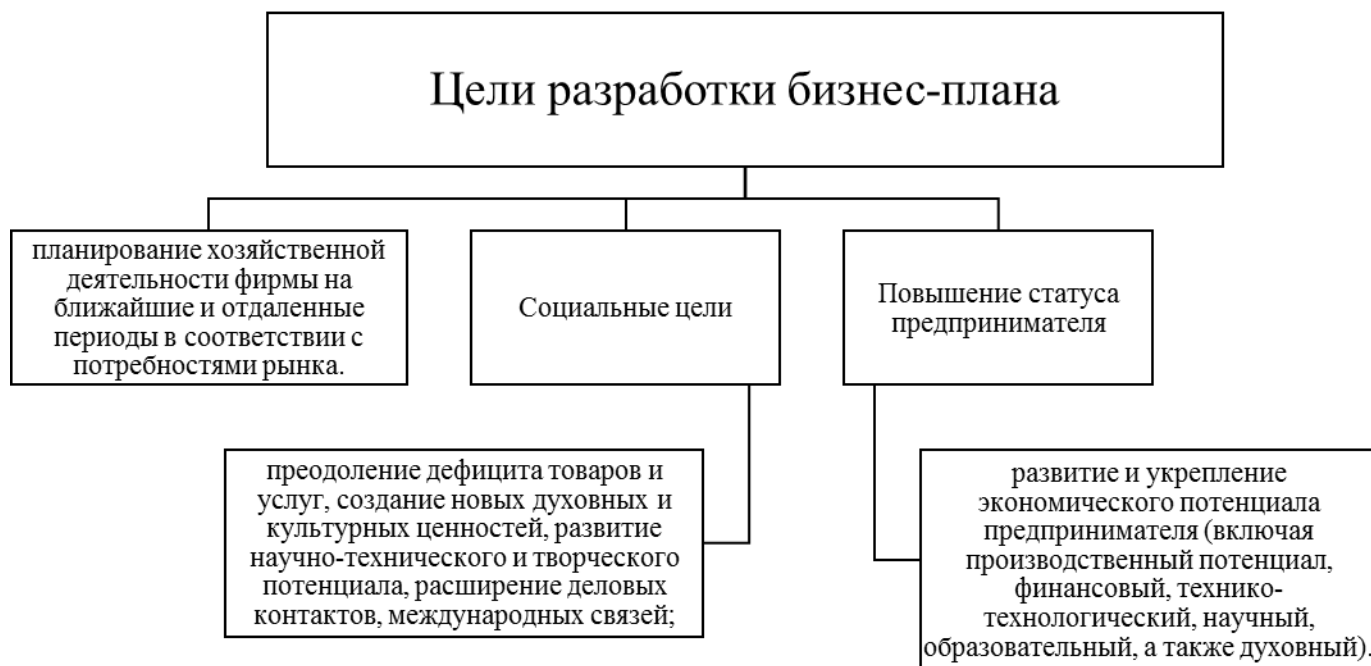


Рисунок 1 – Цели бизнес-плана

Бизнес-план призван помочь предпринимателю решить следующие основные задачи, связанные с функционированием фирмы (рисунок 2).

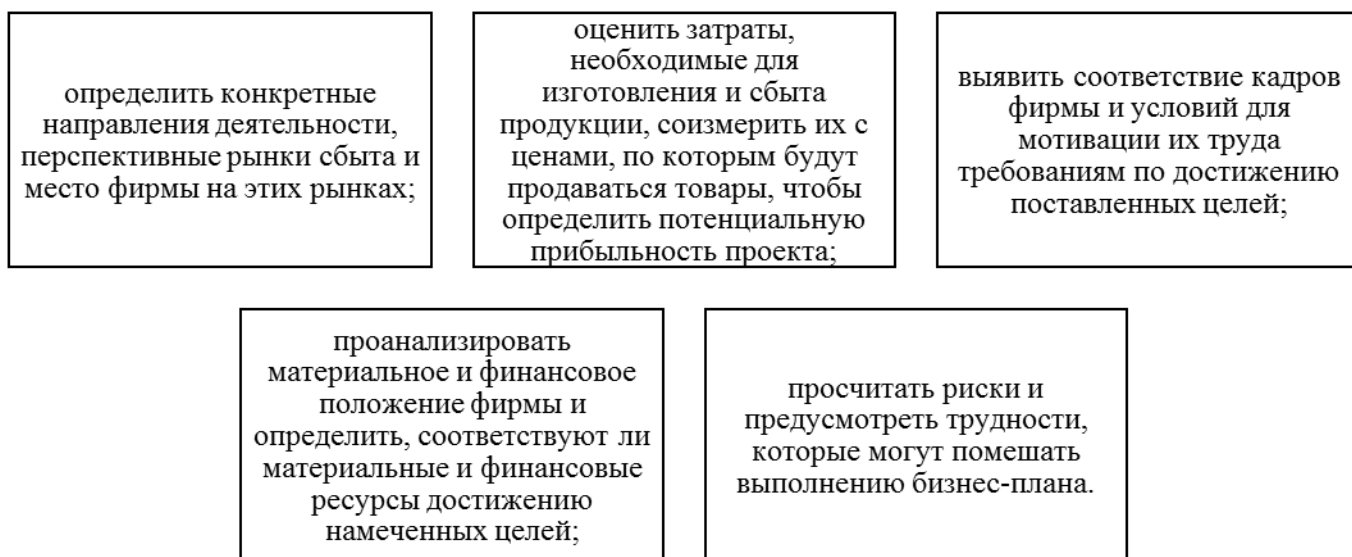


Рисунок 2 – Задачи бизнес-плана

В современной практике бизнес-план выполняет пять функций (таблица 1).

Таблица 1 – Основные функции бизнес-плана

Функция	Пояснение
Разработка стратегии бизнеса	Эта функция жизненно необходима в период создания предприятия, а также при выработке новых направлений деятельности.
Планирование	Позволяет оценить возможности развития нового направления деятельности, контролировать процессы внутри фирмы.

Окончание таблицы 1

Привлечение денежных средств	Например, ссуды, кредиты. В современных российских условиях без кредитных ресурсов практически невозможно осуществить какой-либо значительный проект, однако получить кредит непросто. Главная причина заключается не столько в проблеме высоких процентных ставок, сколько в возросшей невозвратности кредитов. В этой ситуации банки предпринимают целый комплекс мер по обеспечению возврата денежных средств, среди которых следует отметить требования банковских гарантий, реального залога и другие, но решающим фактором при предоставлении кредита является наличие проработанного бизнес-плана.
Привлечение потенциальных партнеров	В идеале они пожелают вложить в производство собственный капитал или имеющуюся у них технологию. Решение вопроса о предоставлении капитала, ресурсов или технологии возможно лишь при наличии бизнес-плана, отражающего курс развития компании на определенный период времени.
Вовлечение сотрудников в процесс	Улучшение информированности работников о предстоящих действиях, скоординировать усилия, создать мотивацию достижения целей

Бизнес-планы составляют обычно по следующим причинам, представленным на рисунке 3.

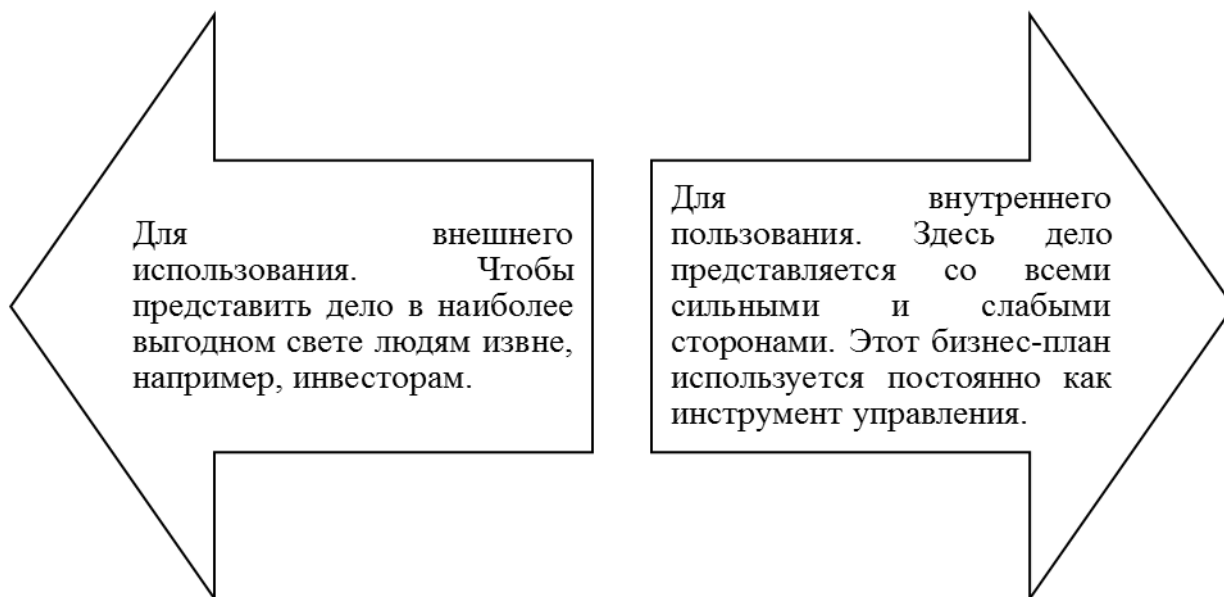


Рисунок 3 – Причины составления бизнес-плана

Важное значение имеет структура бизнес-плана. Внешне бизнес-планы могут отличаться друг от друга, состав их разделов остается практически неизменным (рисунок 4).

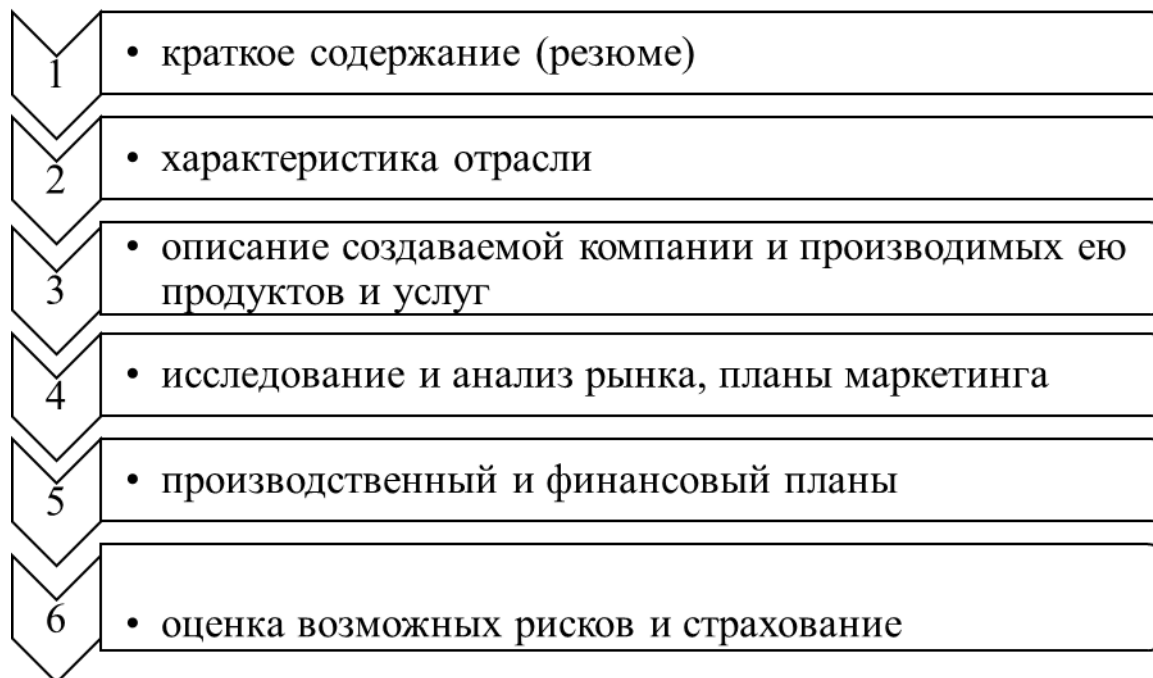


Рисунок 4 – Состав разделов бизнес-плана

Оформление бизнес-плана начинается с подготовки титульного листа. Он должен сразу обеспечить информацию о том, где, когда и кем написан данный документ, а также указывается название проекта

Вторая страница плана содержит оглавление, которое должно отражать его структуру. Далее следуют основные разделы бизнес-плана и их характеристика (таблица 2).

Таблица 2 – Основные разделы бизнес-плана

Раздел	Описание
Возможности фирмы (или резюме)	Объем раздела не должен превышать нескольких страниц. В этом разделе указывается все главное, что должно быть понято и оценено потенциальным инвестором, то есть, информация, дающая представление о фирме и обеспечивающая все необходимые данные, характеризующие ее коммерческую деятельность. В приоритетном порядке указываются направления деятельности компании, по каждому направлению определяются целевые рынки и ответственные лица. Составители плана должны кратко и четко сформулировать основные цели проекта, а также его конкретные задачи. Таким образом, в разделе должны быть освещены основные цели фирмы. Ее стратегия, разработанные для ее достижения конкретные мероприятия [4].

Продолжение таблицы 2

<p>Виды товаров и услуг</p>	<p>В разделе описываются все товары и услуги фирмы, которые предлагаются на рынке покупателям. Подготовке раздела предшествует значительная предварительная работа по выбору товара или услуги, который должен стать основой бизнеса фирмы. В рамках данного раздела необходимо подробно описать предлагаемые товары и услуги, указать их основные преимущества в глазах потребителя, а также имеющиеся недостатки и меры по их преодолению. Особо следует подчеркнуть разницу между тем, что представлено на рынке в настоящее время, и тем, что собирается в будущем предложить фирма, так как выход на рынок и рост объемов продаж напрямую зависит от уникальных свойств представленного в бизнес-плане продукта [3].</p>
<p>Рыночные исследования и анализ сбыта</p>	<p>Цель раздела – предоставить инвестору достаточные фактические материалы чтобы убедить его в конкурентоспособности рассматриваемого проекта, а также, помочь предпринимателю определить, кто будет покупать его товар и где его ниша на рынке. Этот раздел является одним из наиболее трудных и важных, так как он построен на рыночных оценках, которые оказывают непосредственное влияние на финансовых и производственный планы компании. В данном разделе предприниматель должен осветить следующие вопросы, представленные на рисунке 5.</p>

Продолжение таблицы 2

<p>Конкуренция</p>	<p>Для оценки фирм-конкурентов целесообразно составить таблицу, содержащую их основные характеристики: место расположения, доля рынка, объемы продаж. Для оценки степени риска необходимо также указать предполагаемые потери, которые может понести компания и наличие свободной ниши для вступления на рынок нового действующего агента. Если эта ниша очень мала или вовсе отсутствует, то предприятие не выдержит конкуренции. Для оценки сравнительных преимуществ компании можно использовать метод сегментации рынков по основным конкурентам, позволяющий систематизировать информацию по достоинствам и недостаткам фирмы и ее главных конкурентов. Для этого основные факторы разбиваются на группы и по каждому из них фирма и ее конкуренты должны получить оценку в баллах по шкале от 0 до 5 баллов, которая отражает положение фирмы на рынке.</p>
<p>Маркетинговый план</p>	<p>В разделе бизнес-плана, посвященном маркетингу, освещаются способы достижения намечаемых объемов продаж и доведения выпускаемой продукции до потребителя. Необходимо, чтобы в плане была указана общая стратегия маркетинга, принятая на фирме, схема ценообразования и реализации товара, а также методы стимулирования роста объемов продаж. Большое значение имеют также организация послепродажного обслуживания клиентов, реклама выпускаемых товаров и формирование общественного мнения о товарах и фирме, их выпускающей.</p>

Окончание таблицы 2

<p>Планы производства</p>	<p>Раздел включается в бизнес-план только теми предпринимателями, которые собираются заниматься производством товаров. Главная задача здесь – убедить потенциальных партнеров, что фирма будет в состоянии производить необходимое количество товара требуемого качества в нужные сроки. Иными словами, предприниматель должен показать, что он действительно в состоянии организовать эффективное производство.</p>
<p>Оценка риска и страхование</p>	<p>В разделе освещаются проблемы, которые могут возникнуть у фирмы в процессе реализации проекта и основные методы защиты от потенциальных трудностей. Данный раздел содержит составные части, представленные на рисунке 6.</p>
<p>Финансовый план</p>	<p>Раздел бизнес-плана, касающийся финансового плана, необходимо посвятить оценке потенциала фирмы и планированию ее финансовой деятельности с целью достижения жизнеспособности компании и эффективного использования имеющихся денежных средств. В данном разделе содержатся планово-отчетные документы (рисунок 7).</p>
<p>Стратегия финансирования</p>	<p>В разделе излагается план создания новой фирмы или расширения уже функционирующей. При составлении этой части бизнес-плана предприниматель обязан рассмотреть важные вопросы (рисунок 8).</p>

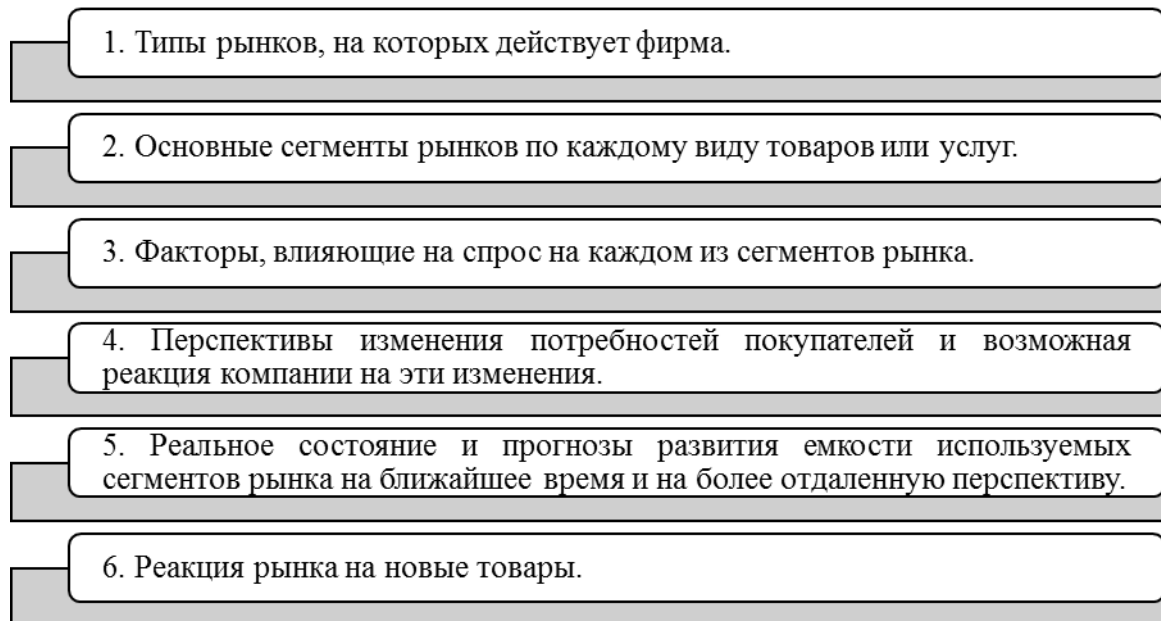


Рисунок 5 – Содержание раздела «Рыночные исследования и анализ сбыта»

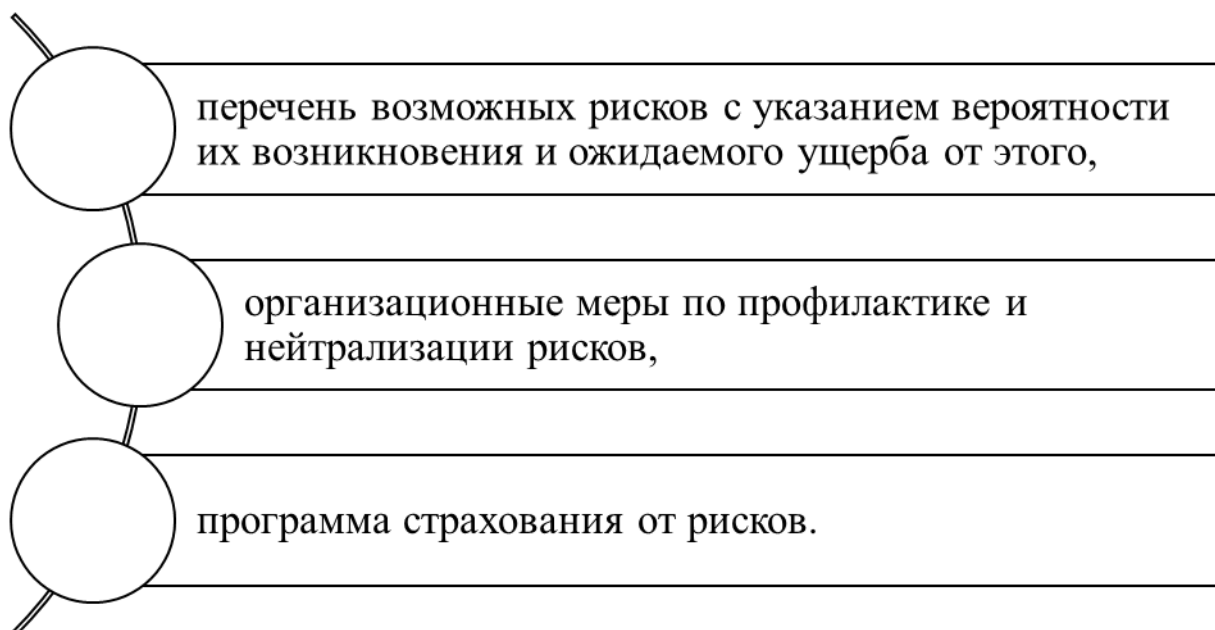


Рисунок 6 – Состав раздела «Оценка риска и страхование»

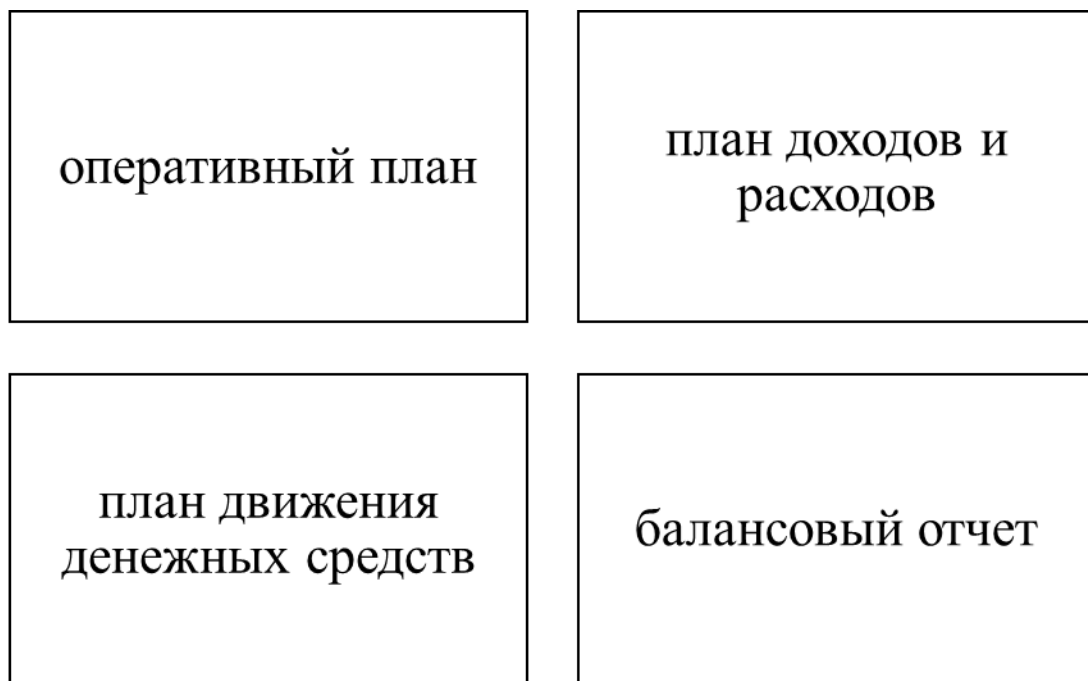


Рисунок 7 – Документы раздела «Финансовый план»

Указанные документы носят планово-отчетный характер. Планирование осуществляется на основе прогнозируемых показателей деятельности организации в рамках определенного периода времени. Отчет составляется за прошедший период времени. Приведенные в этих документах данные используются далее для анализа финансового состояния фирмы [5].



Рисунок 8 – Вопросы бизнес-плана

Помимо указанных разделов бизнес-плана, целесообразно также включить в него организационный план, содержащий краткую характеристику организационной структуры компании, сведения о персонале, информацию о правовом обеспечении деятельности фирмы.

В конце бизнес-плана приводится информация, представленная на рисунке 9.



Рисунок 9 – Информация, представленная в конце бизнес-плана

Следовательно, бизнес-план является емким документом, каждый из разделов которого должен охватывать все аспекты деятельности предприятия. Состав разделов при этом может видоизменяться.

При составлении бизнес-плана необходимо учитывать, что информация, представленная в нем, должна быть емкой, краткой и четкой.

От уровня полноты изложенной информации во многом зависит успешное использование непосредственно бизнес-плана. Необходимо составить документ таким образом, чтобы инвесторы могли легко отыскать в нем интересующую их информацию. Использование таблиц, диаграмм и графиков способствует более полному восприятию цифр и слов бизнес-плана [2].

В заключении следует отметить, что бизнес-планирование в целом необходимый этап управления организацией для достижения фирмой экономического успеха, который может быть выражен в высоких показателях прибыли, роста и других финансовых показателях.

Используемые источники

1. Абрамс, Р. Бизнес-план на 100%: Стратегия и тактика эффективного бизнеса [Текст]: учеб. пособие / Р. Абрамс. – М.: Альпина Пабли., 2016. – 486 с.
2. Баринов, В.А. Бизнес-планирование: [Текст]: учеб. пособие / Баринов В.А. – М.: Форум, НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 272 с.
3. Бронникова, Т.С. Разработка бизнес-плана проекта [Текст]: учеб. пособие / Т.С. Бронникова. – М.: ИНФРА-М, 2018. – 215 с.
4. Лапыгин Д.Ю. Бизнес-план: стратегия и тактика развития компании [Текст]: учеб. пособие / Д.Ю. Лапыгин. – М.: НИЦ ИНФРА-М, 2016. – 332 с.
5. Попадюк, Т.Г. Бизнес-планирование [Текст]: учеб. пособие / Т.Г. Попадюк, М.: НИЦ ИНФРА-М, 2017. – 296 с.